



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Plan de mejora Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena

Creación de una guía de funciones y unificación de formatos dentro del área comercial de la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena.

María Alejandra Leal Marín

Tutor:

Jorge Eliécer Gaitán Méndez

Bogotá - Colombia

2022

Resumen

Para poder optar al título de Profesional en Negocios Internacionales, la Universidad Santo Tomás ofrece varias opciones, las cuales se ajustan a las necesidades y aptitudes del estudiante, entre estas opciones se encuentran las Prácticas Profesionales o Pasantías, una opción ideal para el profesional que quiere adquirir experiencia en el ámbito laboral.

Las prácticas profesionales fueron realizadas en la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, específicamente en el área comercial, donde se realizaban diferentes tareas relacionadas al desarrollo comercial, como: investigaciones de la economía, normatividad y cultura para fines comerciales, al igual que tareas de coordinación y organización de reuniones comerciales entre empresas de Chile y Colombia, tomando en cuenta las necesidades de cada empresa y sus proyecciones a futuro, se mantenía contacto directo con empresas de diferentes sectores como el inmobiliario, entretenimiento, logística, servicios, entre otras.

El presente documento describe, analiza y plantea una posible solución a las deficiencias en el manejo de Google Workspace en los practicantes en la modalidad laboral - Teletrabajo, por medio de la creación de una guía para el uso de la herramienta, la cual podrá ser revisada en caso tal de que se tenga confusión en cuanto a las tareas solicitadas de manera general.

Como se describió anteriormente, el área comercial de la Cámara Colombo Chilena tiene varios retos y tareas a realizar, pero se puede considerar que la tarea principal es la coordinación y organización de reuniones comerciales, estas se deben realizar teniendo en cuenta las especificaciones dadas por los afiliados a la cámara, es decir, qué sectores son de interés, que empresas se deben contactar y

cuáles no, los cargos ideales a tener en cuenta para los acercamientos y por último los tiempos y ayudas extras para que la reunión comercial sea un éxito.

Por lo descrito anteriormente, se debe considerar realizar una guía con las tareas generales y los parámetros del área comercial para a su vez mejorará el uso de la herramienta Google Workspace (la cual es la que más se utiliza para el trabajo) con el objetivo de que sea de fácil acceso para que los practicantes puedan revisarlo en el momento que necesiten.

Abstract

In order to qualify for the degree of Professional in International Business Management, the University of Santo Tomás offers several options, which are adjusted to the needs and aptitudes of the student, among these options are the Professional Practices or Internships, an ideal option for the professional who wants to gain experience in the workplace.

The professional practices were carried out in the Colombian-Chilean Chamber of Commerce and Industry, specifically in the commercial area, where different tasks related to commercial development were carried out, such as: economic research, regulations and culture for commercial purposes, as well as coordination and organization of commercial meetings between companies in Chile and Colombia, taking into account the needs of each company and its future projections, it will probably be direct contact with companies from different sectors such as real estate, entertainment, logistics, services, among others.

This document describes, analyzes and proposes a possible solution to the deficiencies in the management of Google Workspace in the practitioners in the work modality - Telework, through the creation of a guide for the use of the tool, which can

be reviewed in in such a case that there is confusion regarding the tasks requested in a general way.

As described above, the commercial area of the Colombian-Chilean Chamber has several challenges and tasks to be carried out, but it can be considered that the main task is the coordination and organization of commercial meetings, these must be carried out taking into account the specifications given by the affiliated to the chamber, that is, which sectors are of interest, which companies should be contacted and not suitable, the ideal positions to take into account for the approaches and finally the times and extra help so that the commercial meeting is a success.

Due to what has been described above, a guide with the general tasks and the parameters of the commercial area should be considered in order to improve the use of the Google Workspace tool (which is the most used for work) with the objective that it be easily to access so practitioners can review it whenever they need to.

Agradecimientos

Gracias a mi familia, por el apoyo incondicional que siempre me ha mostrado, sus consejos me han hecho soñar en grande, su confianza me ha ayudado a creer en mí misma y su amor me ha acompañado en las dificultades de la vida.

Introducción

La Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena es una organización gremial para el desarrollo y comercio internacional, tiene como objetivo fomentar, promover y fortalecer las relaciones comerciales y las inversiones entre empresas chilenas y colombianas. (Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, s.f). Brindando apoyo, dirección y asesoramiento a sus afiliados logra ayudarlos a crecer comercialmente, de igual forma, por medio de sus estudios, producciones y eventos logra que crezca el interés por Chile en Colombia, tanto en aspectos comerciales como en aspectos culturales y de desarrollo.

Específicamente en el área comercial se tiene entre otras labores, la tarea de gestionar agendas comerciales, por medio de equipos de trabajo se plantea la búsqueda de empresas y contactos pertinentes para que sean de interés para los afiliados, toda esta información se maneja por medio de varias herramientas en la Cámara de Colombo Chilena, pero más utilizadas para las labores del practicante es Google Workspace.

Google Workspace es una herramienta innovadora que ayuda a la creación, productividad y colaboración en los equipos de trabajo, todos los planes incluyen acceso a servicios como Gmail, Drive, Calendar, Meet, Docs, Sheets, Chat, entre otras y dependiendo del plan se puede acceder a servicios de Gmail empresarial personalizado, más almacenamiento en la nube, funciones de seguridad y control, función de grabación para Meet y acceso a más participantes por llamada, entre otras. (Google, s.f).

Adicionalmente, esta herramienta tiene la facilidad de que permiten acceder a varias personas a los mismos documentos que se hayan compartido previamente por lo cual, sus actualizaciones se ven en tiempo real, logrando hacer más eficiente

el trabajo. Pero al ser información compartida se debe tener una guía de funciones y unificación de formatos para los practicantes que no llevan tiempo en la empresa como para conocer esta información y que que el manejo no se vuelva personal e inentendible entre el grupo de trabajo, problema que se pretende abordar en el Plan de Mejora.

Índice

1. Aspectos generales	8
1.1.Misión, Visión y Valores	8
1.2 Ubicación Geográfica	9
1.3 Estructura Organizativa	9
1.4 Departamento en el que se desarrolla la práctica	10
1.5. Análisis DOFA.	10
2. Planteamiento de Plan de Mejora respecto a las prácticas profesionales	12
2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales	12
2.2 Importancia, limitaciones y alcances	13
2.3 Objetivo General	14
2.3.1 Específicos	14
3. Contenido plan de mejora	14
3.1 Propuesta de Mejora	14
3.1.1 Marco Conceptual	15
3.2 Conclusiones	15
3.3 Bibliografía	16
3.4 Anexos	16
4. Seguimiento practica profesional	19
4.1 Programación de actividades realizadas en la organización	19
4.1.1 Cumplimineto de objetivos	19
4.1.1.1. Ciclo 1	19
4.1.1.2. Ciclo2	20
4.1.1.3. Ciclo 3	21

1. Aspectos generales

1.1. Misión, Visión y Valores

La Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena es una organización gremial, sin ánimo de lucro que tiene como objetivo principal fomentar, promover y fortalecer las relaciones comerciales y la inversión entre sus más de 100 empresas asociadas chilenas y colombianas.

Se puede acceder a varios tipos de afiliaciones dependiendo de las necesidades de la organización, las cuales son: Afiliación PYME (Chile o Colombia) Afiliación Gran Empresa (Chile o Colombia) y la reafiliación la cual es para empresas anteriormente vinculadas con la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena. (Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, s.f).

Entre sus servicios empresariales para afiliados se encuentran:

- Agendamiento de reuniones.
- Misiones empresariales.
- Producción de eventos.
- Estudios de mercado.
- Proyectos de inversión.
- Servicios KAM.
- Programa Soft Landing.
- Acceso a la plataforma Orusdata.

Misión

“Potencializamos el desarrollo social y económico de Colombia y Chile a través de una alianza empresarial innovadora de comercio e inversión.” (Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, s.f).

Visión

“Queremos ser la Cámara binacional referente y admirada en la región, por agregar valor e impulsar la dinámica del mercado mediante la innovación.” (Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, s.f).

Valores

- Responsabilidad
- Compromiso
- Respeto
- Perseverancia
- Superación
- Gratitud
- Dignidad

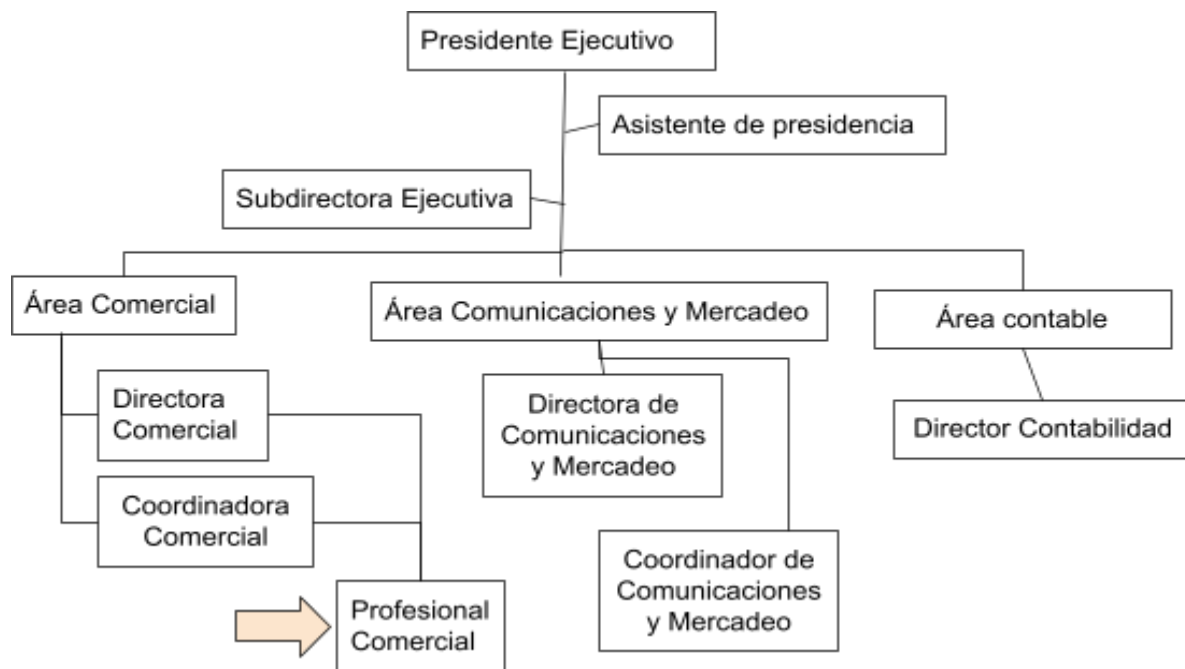
1.2 Ubicación Geográfica

La Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena está ubicada en la ciudad de Bogotá, Colombia en la Avenida Calle 100 No. 8A - 55 Torre C, Oficina 715.

1.3 Estructura Organizativa

Figura 1

Estructura Organizacional Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena



Nota. Esta figura muestra la estructura organizacional de la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena a grandes rasgos. Elaboración Propia.

1.4 Departamento en el que se desarrolla la práctica

La práctica profesional fue desarrollada en el Departamento Comercial de la Cámara de comercio e Industria Colombo Chilena, en esta área se brindó apoyo en investigaciones comerciales y la coordinación de reuniones entre empresas, por medio del manejo extensivo de internet y las herramientas Google Workspace y Orusdata que eran de gran ayuda al realizar las investigaciones pertinentes para lograr agendar reuniones valiosas para las empresas.

1.5. Análisis DOFA.

Figura 2

Matriz DOFA área comercial Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Variedad de servicios ofrecidos por el área comercial para beneficio de los afiliados. -Talento Humano altamente calificado. -Comunicación empresarial rápida y coordinada. -Capacidad de respuesta eficaz por parte de la Cámara. -Reconocimiento en el mercado de la Cámara, tanto en Chile como en Colombia. 	<ul style="list-style-type: none"> -Divergencia en el manejo de Google Workspace. -Cambio de equipo (practicantes) cada seis meses. -Tiempo de adaptación de nuevos practicantes (nuevo equipo de trabajo) a sus funciones cada seis meses.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Reconocimiento de Chile a nivel regional y mundial. -Crecimiento de la inversión chilena en Colombia. -Relaciones comerciales con Chile son estrechas. 	<ul style="list-style-type: none"> -Impacto de la crisis económica a causa de la Pandemia Covid-19. -Impacto cambio de Gobierno. -Tiempo de respuesta y aceptación de agendar una reunión por parte de las empresas ajenas a la Cámara y las empresas afiliadas.

Nota: Matriz DOFA enfocada en el área comercial de la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena. Elaboración propia.

2. Planteamiento de Plan de Mejora respecto a las prácticas profesionales

2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

El área comercial de la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena tiene entre sus principales funciones, ayudar a la coordinación de reuniones comerciales entre las empresas afiliadas y las empresas que son de interés para ellas. Esto se logra con el seguimiento de varios pasos, entre los cuales están: reunión con la empresa afiliada, registro del Plan de Trabajo que se trabajará, comienzo de investigación y recopilación de información de empresas que son de interés, iniciar comunicación con las empresas de interés para poder coordinar agendas y agendamiento de reunión.

Luego del agendamiento de la reunión se tiene que igualmente realizar una serie de pasos para que esta se puede realizar exitosamente, por lo cual se deben enviar recordatorios un día o una hora antes de la hora de la cita, se debe conectar con anterioridad al link de agendamiento para poder tener tiempo de respuesta en el caso de una eventualidad con respecto a la conexión de internet, ya sea de parte de la Cámara o de alguna de las empresas asistentes; durante la reunión se debe prestar atención a lo conversado para poder dejarlo registrado en los documentos indicados para cada empresa, y por último se debe agradecer y ofrecer cualquier asistencia adicional.

Por medio del proceso anteriormente descrito, se logró identificar una debilidad en el manejo como área de la herramienta Google Workspace, esto debido a que como practicantes se recibe una inducción la primera semana, la cual recopila toda la información que es necesaria para que se pueda realizar un buen trabajo, pero es bastante información la cual es retenida de manera distinta por los

diferentes practicantes, tomando esto en cuenta, se pierde tiempo en repetición y duplicación de trabajo en el área, especialmente en cuanto al manejo de la herramienta Google Workspace; por lo cual es necesaria una guía que recopile las instrucciones del manejo de la herramienta para que puede ser repasada cuantas veces sea necesario por los practicantes.

Adicionalmente, se debe tener en cuenta que el área comercial de la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, es una de las áreas dentro de la organización que más practicantes tiene por semestre, por lo cual si llegase a presentarse cualquier imprevisto durante el proceso de agendamiento de reuniones o cualquier otra función, este podría convertirse en un problema de dificultad si no se tiene la información adecuada para poder responder en el tiempo idóneo.

2.2 Importancia, limitaciones y alcances

Tomando en cuenta el rol de practicante dentro del área comercial de la organización y lo ya planteado anteriormente en el punto 2.1, el plan de mejora tiene relevancia debido a que se pueden optimizar varios procesos con su implementación principalmente porque se organizaría la información para manejo de forma unificada y de acceso inmediato al ser necesario.

De igual forma, el plan de mejora presenta limitaciones, es decir al ser una guía, aún se pueden seguir presentando dudas por parte del practicante, estas deberán ser resueltas de otra forma, o si por ejemplo se opta por no utilizarla se deberá tomar el tiempo de otra persona para aclaraciones, por lo cual el mismo alcance del plan de mejora en el énfasis por parte del área para que sea utilizado.

2.3 Objetivo General

Creación de una guía de funciones y unificación de formatos dentro del área comercial de la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, que permita optimizar el manejo de la herramienta Google Workspace.

2.3.1 Específicos

1. Identificar cuales son los formatos utilizados por parte del área comercial dentro de la organización.
2. Establecer las tareas, labores y funciones a realizar por parte de los practicantes del área comercial.
3. Diseñar e implementar la guía de funciones y formatos a utilizar en el área comercial por parte de los practicantes.

3. Contenido plan de mejora

3.1 Propuesta de Mejora

Tomando en cuenta la debilidad encontrada en cuanto al aprovechamiento de la herramienta de Google Workspace tomando en cuenta que una de las principales razones para usarla es poder tener un espacio de trabajo en la nube, la cual puede ser utilizada de manera conjunta pero en tiempos diferentes si es necesario, la falta de una guía de funciones y unificación de formatos para los practicantes choca al tener que recurrir a un jefe o coordinador para poder resolver dudas que pueden ya haber sido repetidos varias veces y a varios practicantes.

La herramienta es utilizada bastante bien por parte del área comercial de la organización pero se encontraron falencias con respecto a preguntas o cuestionamientos que ocupan tiempo y podían haber sido resueltos de manera más

eficiente, si no fuera por la falta de una guía de fácil y rápido acceso para los practicantes, la creación de esta guía mejoraría tiempos de respuesta, evitará errores y ayudaría tanto a los practicantes como al área comercial.

Es por esto, que la guía será creada en un *Docs* de Google Workspace donde se compartirá al área comercial solo como *Lector*, para que no se hagan cambios accidentales y cualquier actualización sea aprobada por la dirección comercial.

3.1.1 Marco Conceptual

Guía

La Real Academia de la Lengua Española define guía como: “*Aquello que dirige o encamina.*” (2022), es por esto que se plantea la implementación de una guía para orientar a los practicantes en sus tareas y en los formatos que se utilizan dentro del área comercial de la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena.

3.2 Conclusiones

Durante el tiempo en el que se realizaron las prácticas profesionales en la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, se encontraron más oportunidades que dificultades, debido al increíble ambiente de trabajo que se tiene, se lograron cumplir los objetivos de crecimiento profesional y personal dentro de un ámbito laboral real, el trabajo en equipo y la comunicación constante fueron herramientas indispensables, la oportunidad de poder desarrollar diferentes aptitudes como *profesional comercial* fue satisfactoria.

La única dificultad encontrada, que fue la misma que logró impulsar este plan de mejora fue la falta de una unificación de información de fácil acceso que compilara tanto las tareas y funciones requeridas, así como los formatos utilizados.

3.3 Bibliografía

Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena (s.f). Obtenido de:
<http://colombochilena.com/quienes-somos/>

Google (s.f). Obtenido de: <https://workspace.google.com/intl/es-419/>

Real Academia Española. (2022). Obtenido de:
<https://dle.rae.es/gu%C3%ADa>

3.4 Anexos

Anexo 1. Tabla Guía de Funciones

Guía de funciones y unificación de formatos Área Comercial	
<u>Funciones:</u>	si/no
1. Realizar Lista de Prospectos.	
2. Envío a encargado en CCICC para revisión.	
3. Esperar aprobación.	
4. Levantamiento de contactos Tener en cuenta especificaciones de la empresa para sectores requeridos. Utilizar OrusData o demás plataformas (lista anexa) Verificar que sea el cargo requerido por medio de LinkedIn. (revisar Explicación LinkedIn abajo).	
5. Correo Modelo - en el Doc debe decir: Fecha de aprobación, medio por el cual se aprobó y quien lo aprobó.	
6. Envío Correo inicial de solicitud de reunión. Se deben dejar programados o a las 8/9pm o 7/8am.	
<u>Luego del correo inicial:</u>	

7. Mantener actualizada la información en Sheets con fecha y comentarios (revisar Actualización de para Sheets abajo).	
8. Seguimientos, cada semana, intercalar entre correo y llamada Se deben dejar programados o a las 8/9pm o 7/8am.	
<u>Al programar:</u>	
9. Enviar correos de confirmación	
Día de la reunión	
10. Enviar correos recordatorios	
11. Enviar foto al grupo	
<u>El finalizar reunión</u>	
12. Enviar mensaje al grupo.	
13. Enviar información de contacto	
14. Actualizar Drive de la empresa (Ficha, Informe, BB.DD) y Bitrix	

Anexo 2. Tabla Herramientas de búsqueda de correos.

Herramientas de búsqueda de correos
1. Orusdata
2. Anexar demás plataformas

Anexo 3. Tabla Explicación LinkedIn.

Tabla Explicación linkedin.
1. Ingresas a la página oficial de la empresa en linkedin.

2. Dar click en personas.
3. Buscar por cargo, área o nombre.
4. En caso que no salga buscar directamente en Google con el nombre de la empresa y cargo requerido anexando LinkedIn al final.

Anexo 4. Tabla actualización de Sheets.

Actualización Sheets BB.DD empresas
Deben existir las siguientes hojas:
<i>Base de datos antigua, Base de datos actual, Ya son clientes/no tienen interés.</i>
Actualizar fechas de seguimientos y comentarios específicos.
Colores para todas las Sheets, no se pueden utilizar diferentes ni cambiar.

Anexo 4.1 Tabla colores actualización de Sheets.

	Reunión realizada
	Reunión programada
	Contactar luego
	Nuevos contactos
	Correo rebotó
	Rechazo Reunión

Anexo 5. Tabla Formatos unificados

Formatos unificados utilizados

Letra	Trebuchet MS
Tamaño	11 / en correo normal
Color	Azul, Grisáceo, Texto 2, Oscuro 50%
pág web	se envían sin hipervínculo.
Correos	Cuando rechazan. De la información de contacto. De remisión

4. Seguimiento practica profesional

4.1 Programación de actividades realizadas en la organización

La primera semana de trabajo se realizó la inducción al puesto de trabajo por medio del anterior practicante, simultáneamente se realizaban reuniones por medio de Meet para aclarar dudas por parte de la Directora Comercial y por Parte de la Coordinadora Comercial.

Semanalmente se tenía una reunión de equipo para ver los avances y los pendientes para la siguiente semana, en el cual cada practicante tiene que explicar cómo van sus empresas y cómo mejorar la búsqueda de reuniones, en ocasiones se realizaba con todo el equipo comercial o se realizaba con el equipo de trabajo de cada empresa.

4.1.1 Cumplimiento de objetivos

4.1.1.1. Ciclo 1

El primer ciclo de trabajo fue la etapa de entendimiento y adaptación a las funciones requeridas, donde principalmente se logró identificar que la actividad

principal sería la de agendar reuniones, claro está, que dentro de ella requería investigación, identificación, recopilación y organización de información, esta fue el primer mes de prácticas.

4.1.1.2. Ciclo2

El segundo ciclo de trabajo en la organización fue el de completo entendimiento de las funciones a realizar en conjunto con la organización del plan de trabajo más apto para cumplir las funciones:

1. Seguir con el cumplimiento de agendamiento de reuniones.
2. Implementar información de mejora en los documentos del área comercial.
3. Ayuda a compañeras en la organización de la herramienta Google Workspace para aprobación de dirección.
4. Colaboración en tareas necesarias para mantener la información requerida actualizada y de la forma más organizada posible.

En este periodo se identificaron retos en cuanto al trabajo en equipo que se superaron por medio de la comunicación y mutua ayuda, tanto con las demás practicantes así como con dirección, esta etapa fue la más larga.

Ciclo 2		
Tarea	Descripción	Frecuencia
Lista de Prospectos	Creación de Lista de Prospectos para envío al afiliado	Bimensual - (varía dependiendo de la empresa)
Contactos	Recopilación de datos de contacto de	Semanal

	interés de las empresas aprobadas por el afiliado.	
Correos de solicitud	Envío de correos de solicitud de reunión.	Diario
Correos/llamadas	Seguimientos de la solicitud de reunión, se realizan por correo y llamada.	Diario
Bases de Datos	Mantener las bases de datos de cada empresa actualizada.	Diario
Drive empresas	Mantener los documentos del Drive de cada empresa en orden y actualizados para entendimiento del grupo de trabajo.	Semanal
Reunión Área Comercial	Reunión para actualizar la información en el área comercial y equipos de trabajo por empresa	Semanal
Reuniones Comerciales Afiliados	Acompañamiento a las reuniones de los afiliados, toma de notas.	Semanal (varía dependiendo de la empresa)

4.1.1.3. Ciclo 3

El tercer ciclo de ciclo de trabajo fue en el cual se recibieron los comentarios de retroalimentación por parte de las jefes directas para mejoras a futuro y donde se entregó el puesto de trabajo al nuevo practicante, esa última semana se realiza la inducción; se entrega todo la información, herramientas y consejos necesarios para que la nueva persona puede realizar sus funciones de la mejor manera.